

证券代码：301275

证券简称：汉朔科技

汉朔科技股份有限公司
投资者关系活动记录表

编号：2026-003

投资者关系活动类别	☒特定对象调研 ☒分析师会议 ☐媒体采访 ☐业绩说明会 ☐新闻发布会 ☐路演活动 ☐现场参观 ☐其他 _____
参与单位名称及人员姓名	富国基金 蒲梦洁 嘉实基金 沈玉梁 中国人寿养老保险 吕品洁 太平洋资产管理 魏巍 横琴人寿保险 何萍 Government of Singapore Investment 刘濯宇 麦格理资本 郑雯靖 交银施罗德基金 陈均峰 汇丰晋信基金 韦钰 兴业基金 刘体劲 建信基金 吕怡 新华基金 董晨阳 华宝基金 毛文博

	中银基金 张令泓
	海富通基金 陈林海
	银河基金 于嘉馨
	中邮创业基金 吴尚
	前海开源基金 梁策
	华泰保兴基金 贾沛璋
	圆信永丰基金 林铮
	鑫元基金 张峥青
	江信基金 高鹏飞
	国联安基金 楼枫烨
	创金合信基金 郑汉林
	圆信永丰基金 田玉铎
	华夏理财 王莎
	建信理财 唐文成
	国泰海通证券 杨林、朱瑶
	中金公司 朱镜榆
	招商证券 彭小泉
	中泰证券 张骥
	长城证券 史磊
	华西证券 纪向阳
	开源证券 刘逍遙
	国海证券 李明明

	金元证券 王鑫旻 香港沪光国际投资 吴滨 布洛德峰投资 Xiaodong 上海宁泉资产管理 张斌 上海宽远资产 吴相贤 上海彤心雕珑私募基金 张浏 上海红象投资 饶华翔 臻远投资 彭荣安 深圳裕晋私募 张恒 上海途灵资产 赵梓峰 上海铭大实业 张英杰 尚诚资产管理 黄向前 北京风炎私募基金 杜浩东 远东宏信 戴家玥 红思客资产管理 孙磊、孙浩桐
时间	2026 年 8 月 26 日
地点	公司办公室、电话会议
上市公司接待人员 姓名	董事、财务负责人 李峰 副总经理、董事会秘书 林长华 投资者关系总监 郑桂兰
	公司于 2026 年 8 月 26 日通过线上会议形式，向投资者介绍了公司 2026 年中期业绩情况并回答投资者问题。

投资者关系活动主要内容介绍	(一) 公司经营情况说明 汉朔科技是全球领先的泛零售领域数字化门店综合解决方案提供商之一，主要为全球泛零售企业提供基于物联网无线通信、人工智能和大数据技术的软硬件一体化解决方案。公司已全面启动“汉朔 2.0”战略，以“AI×数据”为核心，推动业务向综合解决方案转型。 2026 年上半年，公司营业收入为 29.07 亿元，同比上升 47.23%；归属于上市公司股东的净利润 3.36 亿元，同比上升 51.22%；经营活动产生的现金流量净额 7.74 亿元，同比上升 1,285.75%。 (二) 问答交流环节 问题一：公司中期业绩向好，营收、净利润实现双增长，主要驱动因素是什么？ 答：公司上半年营收及净利润同比增长，主要得益于大客户尤其是北美客户的订单稳步释放，加之已有存量大客户订单储备充足，共同支撑公司业绩增长。在新客拓展层面也取得了积极的进展，公司近期已与包括英国 Tesco 在内的大客户达成战略合作，相关合作将为后续业务提供有力支撑。 问题二：美国为公司主要增长市场，能否介绍目前美国区域业务的最新进展？ 答：北美市场业务整体增长态势良好，公司现有美国大客户在手订单符合预期，并在各季度稳定释放。新客拓展方面，公司在北美 Top 100 客户中新增客户储备充足，为后续年度储备了订单来源。 问题三：近期上游原材料是否出现涨价？尤其存储板块带动芯片市
----------------------	--

场涨价，对公司利润将产生何种影响？公司能否将成本压力向下游顺价传导？

答：公司电子价签产品核心原材料电子纸价格目前未出现上涨，本轮涨价主要集中于芯片类电子物料，该类物料在公司整体成本结构中占比较低。针对成本变动，公司将积极与下游客户开展沟通，借鉴过往与客户共担关税等经验，探讨成本顺价传导的可行性。后续公司计划通过与上游供应商签署长期框架协议锁定采购价格、和下游客户协商调价、推进研发降本等多项举措，对冲原材料涨价带来的影响。

问题四：请介绍行业当前竞争格局？公司与 Vusion Group 及同业对手的市场份额、产品竞争力差异如何？伴随 AI 技术迭代，公司行业优势是否持续提升？

答：当前全球零售门店数字化行业呈现头部集中的竞争态势，主要竞争者包括法国的 Vusion Group 和本公司，两者位居全球前二，合计占据 70%以上的市场份额。长期以来，公司产品竞争力一直领先同行业。随着 AI 技术在零售场景加速落地，公司 AI 战略布局持续获得海外头部客户认可，近期已与英国 Tesco 等国际大客户达成战略合作。

问题五：请介绍公司 xPilot 产品当前落地进展、付费模式、标杆客户情况，该产品能够为客户解决哪些痛点？同时公司对于 AI-Agent 相关产品的推广策略以及商业化规划是怎样的？

答：xPilot 是公司依托数字孪生战略推出的首个 AI 应用产品，已于今年 6 月正式发布。产品主要用于赋能门店运营效率提升，可与电子

	价签、AI 相机、巡检机器人、智能购物车等公司多款智能硬件实现联动，助力零售商解决门店陈列管理、缺货管控、店内导航、生鲜运营等方面的经营痛点。现阶段 xPilot 正与欧美、亚太地区多家头部零售客户开展 POC 试点验证工作；公司与微软开展的合作，也将有助于提升 AI 产品在欧美地区落地的合规保障能力。付费模式目前尚处在探索阶段，公司初步计划前期采用 SaaS 计费模式，后续也将探讨按 Token 用量计费商业化路径。 在 AI-Agent 产品布局上，除门店运营 AI 助手 xPilot 以外，公司同步规划了 xMedia、xInsight 两款产品，分别支撑零售媒体网络运营（会与公司 Lumina 产品和智能购物车屏幕等门店媒体触点联动）以及数据和 AI 驱动的零售工作流和数据变现（主要服务于零售商总部业务部门和品牌商）。预计以上 AI 应用产品矩阵会在 2027 年 Q1 发布。 问题六：欧洲存量老客户电子价签的换新周期预计何时启动？该换新需求对于公司 2027-2028 年业务增量将带来怎样的影响？ 答：公司在欧洲储备了十分优质的存量客户，大多数为全球零售百强，相关区域头部客户存量设备预计将于 2027-2028 年迎来存量换新周期，有望为公司欧洲区域后续业务发展持续提供支撑。 问题七：公司本期经营活动现金流大幅增长的主要原因是什么？ 答：公司经营活动现金流表现良好，主要得益于公司优质的客户基础和稳定的市场需求。公司上半年经营活动现金流净额大幅增长，经营活动产生的现金流量净额 7.74 亿元，同比上升 1,285.75%，主要源
--	---

	于去年第四季度交付规模较大且于本年度上半年集中回款，使得本期销售回款的增加额显著大于采购支出的增加额。 问题八：目前电子价签业务在公司营收中占比较高，公司后续将如何开辟新的增长路径？ 答：电子价签业务是公司的核心基本盘，该赛道依旧具备趋势性增长空间。北美市场渗透率提升、欧洲存量设备换新需求以及新兴市场的加速拓展，将支撑该业务持续增长。 与此同时，公司通过“汉朔 2.0”战略打开多元化的第二增长曲线。AI 应用场景的深度落地是核心方向之一，公司围绕智能货架管理、门店实时智能执行、AI 导购与自助结算、智能巡检与清洁等场景，构建了从感知到执行的全链路 AI 能力，这些方案正逐步从试点走向规模化落地。智能购物车已进入批量交付阶段，巡检机器人等相关方案则在国外商超以 POC 试点形式推进中。电子价签的存量提供了稳定底盘，而 AI 驱动的场景化解决方案和软件服务的持续放量，则共同构成了公司未来的成长空间。
附件清单（如有）	无
日期	2026 年 8 月 26 日